

TESIS
250

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Seminario de Investigación
Tesina de licenciatura



***La televisión se ríe de sí misma:
¿atisbo de autocrítica o reflejo de
supervivencia?***

Autora: Laura García
Cátedra: Raúl Burzaco
Curso: 5º año - Periodismo

Diciembre de 1999

Indice

Introducción

pág. 1

La television frente al espejo: ¿de qué se ríe?

Capítulo I

11

De la falacia de la transparencia a un progresivo alejamiento de la realidad

Capítulo II

19

En busca del referente televisivo

Capítulo III

28

Autorreferencialidad: la era de la televisión egocéntrica

Capítulo IV

42

El humor se vuelve autorreferencial

Capítulo V

53

"PNP": la televisión confiesa sus pecados

Capítulo VI

60

La disconformidad como tensión y amenaza: la televisión se defiende

Capítulo VII

66

Teoría de las gratificaciones: quién usa a quién

Capítulo VIII

74

"PNP" y sus espectadores: los resultados de la encuesta

Capítulo IX

85

Hasta dónde criticar o el perfil de un texto represivo

Capítulo X

93

Descontento bajo control: intento de neutralización

Conclusión

110

Espectador narcotizado: el consumo debe continuar

Apéndices

119

Bibliografía

130



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

La televisión frente al espejo: ¿de qué se ríe?

La televisión muda de piel. Cambia y se reinventa en forma constante. Sin alterar nunca su esencia pero alerta al peligro del esclerosamiento, ensaya fórmulas, desecha unas y recicla otras. Pero hoy más que nunca redefinirse parece ser una cuestión de supervivencia para el medio.

En tiempos en que internet recluta más y más adeptos, la televisión ya no proyecta sobre los restantes medios la temible amenaza de la obsolescencia. Por el contrario, ahora es ella la que debe ingeniárselas para enfrentar la competencia sin perder demasiados espectadores en el camino.

Y entre las transformaciones que experimentó en los últimos tiempos, una de las más notables fue, sin duda, la evolución hacia una autorreferencialidad cada vez más acentuada.

La televisión moderna se postula como un universo autosuficiente. Destronada la realidad, la televisión ya no pretende ser una "ventana al mundo". Ahora tiende a no hablar de otra cosa más que de sí misma, erigiéndose en el referente absoluto.

Ya no conforme con su viejo rol de mediadora y, por ende, de constructora social de la realidad, hoy parece considerar al mundo extratelevisivo como un detalle del que es posible prescindir sin ver amenazada su propia existencia.

Pero la misma autorreferencialidad ha ido mutando con el paso del tiempo. Primero fue la puesta en escena la "irrealidad" de la transmisión televisiva.

Al mostrar en cámara los monitores o el equipo técnico que trabaja en el estudio, la televisión sacó a la luz lo que hasta entonces se había esmerado tanto en esconder y disimular.

Más tarde los programas comenzaron a remitirse unos a otros en un complejo tramado de citas internas. Finalmente, asistimos a la proliferación de acontecimientos televisivos convertidos ellos mismos en noticia: el telediario del mediodía recoge las imágenes y las declaraciones del político que hizo su aparición en el programa de actualidad de la noche anterior.

Pero la televisión todavía dió un paso más allá con la creación de un nuevo formato que hace de la autorreferencialidad su esencia misma y la convierte en el eje en torno al cual se estructura toda la emisión.

Un tipo de programa que sólo habla de otros programas, que lleva la autorreferencialidad al paroxismo, al excluir por completo toda alusión a la realidad.

Pero su surgimiento marca, al mismo tiempo, la introducción de una nueva forma de autorreferencialidad que deja de ser elogio del artificio para convertirse en burla y en parodia. La televisión no sólo se mira, ensimismada, el ombligo sino que ahora también se ríe de sí misma y nos invita a imitarla.

El recurso no es nuevo: políticos, estrellas y hasta el hombre de la calle ya habían sido tomados como blanco para entretener a la audiencia, imponiendo una cuestionada pero rápidamente aceptada forma de comicidad.

Incluso muchos programas adoptaron el hábito de reírse de sí mismos a través de compilados de los errores, tartamudeos y gags involuntarios protagonizados por sus propios conductores. —

Pero esta mezcla de autorreferencialidad y humor introduce en el paisaje televisivo un fenómeno nuevo que tiende a afianzarse cada vez más. Varias razones invitan a pensar que se trata de un fenómeno que llegó para quedarse.

- la aparición de programas que ya no se limitan a incluir tramos autorreferenciales sino que hacen de la autorreferencialidad su esencia misma y su razón de ser, el eje en torno al cual se estructura todo el programa.

- el enorme éxito obtenido en términos de rating o medición de audiencia.

- la franja horaria en la que se emiten: "prime time" u hora pico de encendido.



USAL

UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

"Perdona nuestros pecados": el programa elegido

Dada la necesidad de acotar el campo de estudio, establecimos como marco de referencia de nuestro trabajo el programa "Perdona nuestros pecados" ("PNP"), emitido actualmente los martes a las 23 y los domingos a las 21 por canal 13. Consideramos que se trata del ejemplo más claro en la actualidad del tipo de autorreferencialidad que se busca describir y analizar.

Si bien existen otros programas, como "Caiga quien caiga" (CQC), que utilizan la autorreferencialidad como mecanismo de burla y parodia, han sido descartados por dos razones:

- la autorreferencialidad es empleada únicamente en algunos bloques y no constituye la columna vertebral de los programas.

- el objeto de la burla no son exclusivamente otros programas televisivos, sino que se toma como blanco a la clase política (como en el caso de CQC) o bien los errores y las fallas cometidas por los propios conductores (como ocurre en las denominadas "perlas" del programa que conduce Susana Jiménez).

"PNP", en cambio, marca la aparición en la televisión abierta de un programa dedicado íntegramente a poner en evidencia las fallas de otros programas. Supone la irrupción de un tipo de discurso televisivo sin precedente en el que se cruzan en estado puro la autorreferencialidad y el humor.

El enorme éxito de "PNP", que ya lleva varios años en pantalla sin acusar ningún serio embate del rating, hace pensar sobre el mecanismo que sustenta semejante fenómeno.

Acaso no será que el programa ha conseguido detectar un área de insatisfacción y disconformidad que ya existía en la audiencia?

Y al hacerlo, no estará canalizando y aprovechando en su favor una predisposición del público en mayor o en menor grado latente? De ser así, su éxito podría ser una consecuencia de esta adecuación a una necesidad preexistente.

La autocritica como reclamo mismo de la audiencia es la explicación que arriesgamos para su aparición y la notoria popularidad que alcanzó señalando con insolencia y, desde el seno mismo de la televisión, los tics y las miserias que la convierten en objeto de risa.

Pero a través de un programa de estas características la televisión pareciera estar haciendo una jugada audaz y sorpresiva que busca anticipar y revertir un proceso que ya está en ciernes: la gradual desacreditación del universo televisivo con la consiguiente pérdida de interés de la audiencia. Acaso se trata de una reacción desesperada de un medio que ya presiente una inminente convalecencia?

De allí que presumamos que "PNP", con su desenfado y su ironía, no sólo busca ofrecer a su audiencia la oportunidad de catarsis que estaba esperando, sino que persigue también un efecto de neutralización.

La existencia de un programa de esta naturaleza respondería también a la necesidad del medio, en tanto institución, de anular o controlar una fuerza perniciosa que eventualmente podría volverse en su contra.

Sin embargo, una aproximación ingenua o superficial al programa podría hacer pensar todo lo contrario. "PNP" podría incentivar una actitud más crítica y activa por parte del espectador al obligarlo a una suerte de "reacomodación" para la descodificación de los mensajes, esto es, empujarlo a una lectura más atenta y más exigente de lo que consume. Podría, en otras palabras, poner en marcha una suerte de "educación para la recepción".

Pero ése no parece ser el caso. En las próximas páginas nos proponemos demostrar que no es del interés de la televisión ayudar a cristalizar o reforzar una inclinación de esa clase en sus destinatarios.

Por el contrario, "PNP" apuntaría a vehicular dicha disconformidad, que representa una tensión y por lo tanto asume la forma de un conflicto, y eliminarla. En lugar de fomentar una actitud crítica, entonces, la mantendría dentro de cauces que no suponen una amenaza.

Pese a lo que pueda querer hacernos creer, la televisión no dispara jamás por completo contra ella misma. Sin desconocer los movimientos y estados de ánimos que percibe en su audiencia, engloba y asimila esas tendencias, pero antepone siempre el imperativo de garantizar su estabilidad y su equilibrio.

Definiendo la hipótesis

La autorreferencialidad empleada como mecanismo de burla y parodia canaliza y neutraliza la disconformidad previa de la audiencia respecto a las emisiones televisivas.

↔ Variable independiente: La autorreferencialidad televisiva como mecanismo para la burla y la parodia

↔ Variable dependiente: La disconformidad previa de la audiencia

-Autorreferencialidad televisiva: tendencia de la televisión a convertirse en referente absoluto y a centrar el discurso cada vez más en ella misma y menos en el mundo exterior.

-Mecanismo de la burla y la parodia: el fin que persigue la autorreferencialidad televisiva es ridiculizar y caricaturizar contenidos de su propia programación.

-Disconformidad de la audiencia: En primer lugar, nos referimos a un nivel de insatisfacción que puede ser manifiesto o latente y presentarse en distintos grados.

En cuanto al objeto de dicha disconformidad, aludimos únicamente a la oferta actual de la televisión abierta argentina.

Por disconformidad entendemos el descontento del público respecto a la escasa calidad que prevalece en la mayoría de las emisiones.

Los disparadores de dicha insatisfacción o molestia son desde errores burdos, fallas técnicas muy evidentes, falta de idoneidad de algunos personajes televisivos, desprolijidades en general que delatan improvisación y poco profesionalismo, contenidos inadecuados para la franja horaria en que son emitidos, subestimación de la capacidad y los gustos estéticos de los espectadores, etc.

En cuanto al juicio de valor que realiza la audiencia sobre la calidad de la programación, no se pretende determinar si es

acertado o equivocado, sino que se parte del hecho de que efectivamente se lleva a cabo.

Paso a paso: el diseño de la tesis

El siguiente esquema resume las distintas fases que se han fijado para verificar la hipótesis planteada:

A)

➡ Aproximación al tema y definición de conceptos



relación entre televisión y realidad

la autorreferencialidad televisiva según el enfoque de la semiótica textual

la autorreferencialidad y el humor: el uso de la burla y la parodia

B)

➡ determinar la existencia previa de un cierto nivel de disconformidad en la audiencia que el programa consigue vehicular.



hipótesis de los "usos y gratificaciones"

C)

➡ establecer si el programa busca neutralizar dicha
disconformidad.



paradigma estructural-funcionalista: necesidad de todo
sistema de asegurar su estabilidad.

Las posibilidades que enfrentamos son dos:

- descubrir que "PNP" refuerza el descontento, lo intensifica o incluso contribuye a cristalizarlo.
- demostrar que "PNP" tiene un efecto de desactivación.

En cuanto al trabajo de campo se optó por las siguientes
actividades operativas:

- Encuesta en base a una muestra de 120 individuos y un cuestionario compuesto tanto de preguntas abiertas como cerradas (sus características se detallarán en el capítulo correspondiente).

- Análisis de contenido: se centrará en las emisiones del programa durante un período de seis meses (de marzo a agosto de 1999). El campo de referencia, es decir, las fechas de las

emisiones, fueron elegidas al azar puesto que carecen de relevancia para los fines perseguidos.

- Búsqueda de material de archivo: se realizará un exhaustivo relevamiento en diarios y revistas de opiniones de periodistas especializados así como de los responsables del programa.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Capítulo I

De la falacia de la transparencia a un progresivo alejamiento de la realidad

Una de las ideas que marcaron los albores de la televisión era la creencia generalizada de que la función primordial del nuevo medio consistía en proporcionar a los televidentes la oportunidad de entrar en contacto con aspectos de la realidad a los cuales no podían acceder de otra manera.

Aunque la apreciación en sí misma no era desatinada -incluso hoy nadie se atrevería a cuestionarla- el problema radicaba en la ingenuidad que impedía ver más allá de ese idealizado rol de mediadora y benefactora que se atribuía a la televisión. Eran los tiempos de la "utopía mediológica", en que un optimismo desmesurado se había apoderado tanto de los estudiosos como del público en general.

El flamante medio era presentado como una panacea: sin moverse del hogar, sin siquiera tener que levantarse del sillón, cualquiera tenía la posibilidad de conocer lugares remotos, participar de acontecimientos hasta entonces reservados a una elite, familiarizarse con estilos de vida diametralmente opuestos a los propios.

Así fue como se acuñó la famosa expresión "una ventana al mundo", que tan bien sintetiza esta noción de poner al alcance de todos lo que hasta entonces era privilegio de unos pocos.